



**AMBASSADE DE FRANCE EN ALLEMAGNE**  
**SERVICE POUR LA SCIENCE ET LA TECHNOLOGIE**

Berlin, 18 juin 2011

**Rédacteurs :**

Myrina Meunier, Chargée de Mission Environnement, Biotechnologies, Agronomie  
Philippe Vinçon, Conseiller Agricole

**2<sup>e</sup> édition du forum franco-bavarois pour l'innovation et la compétitivité le 16 juin 2011 sur le thème de l'innovation dans le secteur agro-alimentaire – Contacts établis entre pôles de compétitivité français et clusters bavarois**

Le Centre de coopération universitaire franco-bavarois (CCUFB) a organisé le 16 juin 2011 à Munich la 2<sup>e</sup> édition du forum franco-bavarois pour l'innovation et la compétitivité avec le soutien du Service scientifique à Berlin, de l'Attaché de coopération scientifique et universitaire de Munich et la participation du Conseiller agricole de l'Ambassade qui a animé la journée.

Deux Pôles de compétitivité français (Vitagora et Valorial) ainsi qu'un Cluster bavarois (Cluster Ernährung) étaient présents.

De cette journée, il ressort les points suivants :

1- Perspectives de rapprochement entre Pôles de compétitivité et Clusters :

La partie française a rappelé que **l'agroalimentaire en France est un domaine majeur** autant pour l'identité du pays que pour son développement économique. Les industries agroalimentaires représentent un chiffre d'affaire de 150 milliards d'euros, 500 000 emplois et 10 000 entreprises. Les exportations agroalimentaires représentent 13% des exportations totales françaises et génèrent un excédent commercial de 8 milliards d'euros dont 70% correspondent à des produits transformés.

Bien que l'agro-alimentaire français soit très marqué par les traditions (500 appellations d'origine protégée, principalement vins et fromages et 102 indications géographiques protégées), il évolue en permanence et **les industries agro-alimentaires ont des liens très étroits avec la recherche et investissent beaucoup dans l'innovation**. Elles le font pour répondre aux demandes des consommateurs et aux pressions de la grande distribution comme pour tenir compte des contraintes de la production.

Au cours des dernières années, des efforts importants ont été consentis par l'Etat, d'une part en développant les crédits d'impôt qui représentent 30% des sommes investies dans la recherche et le développement, d'autre part dans la politique des pôles de compétitivité.

Il est apparu que **le fonctionnement des deux structures diffère d'un pays à l'autre**. Le Cluster Ernährung est encore en phase de démarrage dans ses activités à l'international, et très tourné vers l'industrie tandis que les pôles français se développent plus dans le domaine de la recherche et de la coopération internationale. **Les contacts établis entre les pôles français et le Cluster Ernährung méritent d'être approfondis** dans la mesure où la Bavière est le plus important des länder agricoles d'Allemagne et celui qui a sans doute la culture alimentaire la plus proche de la nôtre. Enfin, il a développé des institutions de recherche particulièrement actives dans un grand nombre de produits : produits laitiers, grandes cultures, vins et bières, élevage...

Autre élément important dans la politique des Pôles, l'organisation d'un **réseau international agro-alimentaire** le "World Food Innovation Network" qui regroupe 15 organismes, instituts de recherche ou

Pôles de Compétitivité dans ce domaine a été présenté. Ce réseau a vu le jour à l'initiative de trois Pôles nationaux, Vitagora, Valorial et Agrimip, qui se sont associés sur certains projets pour mieux se développer à l'échelle internationale. A ce jour **aucun Cluster allemand ne fait partie de ce réseau**.

## 2 –Thématiques de coopération envisagées :

Une conférence sur la physiologie du goût et son application dans l'industrie alimentaire a lancé la journée qui s'est organisée autour de 3 thèmes principaux.

### A - Alimentation et santé :

Cette session a permis d'aborder d'une part l'évolution de la réglementation européenne et des innovations pour la nutrition-santé et d'autre part l'analyse des perceptions et des usages associés aux aliments comportant des allégations nutritionnelles par les consommateurs. Il a été rappelé que les allégations nutritionnelles peuvent créer ou détruire de la valeur, selon la perception du produit par le consommateur. En terme de perception par le consommateur, **la France et l'Allemagne se rejoignent, plus le produit semble naturel plus il est perçu comme bon pour la santé**. Dès lors des allégations comme « produit fermier » sont plus positives que des indications comme « produit enrichi en oméga 3 » qui nuisent à l'image de naturalité du produit.

### B - Durabilité :

Le concept de durabilité a été présenté au travers de l'agriculture durable par un spécialiste de l'Université technique de Munich, qui a rappelé que la **modification de nos habitudes alimentaires est indispensable** au regard des défis auxquels nous devons faire face (hausse de la population, changement climatique, perte de la biodiversité, crise alimentaire). La Bavière a décliné une politique de communication vers le grand public afin d'encourager une alimentation plus responsable, articulé autour des principes suivants : moins de gaspillage, moins de viandes, plus de produits de saison, plus de produits locaux, moins de produits tout prêt...

Le Pôle Valorial a, quant à lui, présenté les stimulateurs des défenses naturelles des plantes et de différentes méthodes de protection des végétaux, permettant de diminuer la consommation de pesticides.

### C - Nouvelles technologies dans les emballages :

L'Institut Fraunhofer en génie des procédés et emballages de Bavière (IVV) a présenté des emballages innovants, utilisant le sel comme absorbeur de vapeur d'eau dans le but de réduire l'humidité dans les packagings. Cette méthode reste à améliorer, l'impact du sel sur les aliments devant être étudié.

Dans le même esprit, l'Université de Bourgogne a rapporté les conclusions d'une équipe de recherche (42 membres) sur l'étude des interactions contenant-contenu au travers des emballages actifs dans le but de prolonger la conservation et la qualité d'un produit et ainsi de réduire la quantité de conservateurs. Sur ce point les perceptions en Allemagne et en France divergent. Le consommateur allemand est relativement sceptique, voire méfiant face à l'emballage actif, tandis que le consommateur français semble tout simplement ne pas être conscient de l'existence de ces emballages.